REFERENCES

Anderson, E. W., & Fornell, C. F. (1994). A customer satisfaction research prospectus. In R. T. Rust, R. L. Oliver *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 241-242). California: SAGE Publication, Inc.

Bitner, M. J., & Hubbert, B. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: The Customer's Voice. In R. T. Rust, R. L. Oliver *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 74-77). California: SAGE Publication, Inc.

Chang, S. W. & (2000). Measurement of service productivity and customer satisfaction. In *Customer Satisfaction in the Service Sector* (pp. 20-22). Tokyo: Asian Productivity Organization.

Customer Satisfaction Analysis Group: Tg. (2005). *Basic Methodology Using SPSS*. Retrieved October 15, 2007 from http://cu-ocw.eng.chula.ac.th/cu/eng/cp/research-methodology-in-computer-engineering/documents/basic%20Research%

Dovdon, K. (2000). Mongolia. In *Customer Satisfaction in the Service Sector* (p. 106). Tokyo: Asian Productivity Organization.

Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control.* Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Leu, H. D. (2000). The new paradigm of customer satisfaction. In *Customer Satisfaction in the Service Sector* (p. 40). Tokyo: Asian Productivity Organization.

Liu, C. Y. (2000). Total customer satisfaction service system and its best practices. In *Customer Satisfaction in the Service Sector* (pp.3-5). Tokyo: Asian Productivity Organization

Marr, S. L., & Crosby, L. A. (1993). *Customer satisfaction measurement: A management information system for total quality.* Chicago: American Marketing Association.

Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insight and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust, R. L. Oliver *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 3-7). California: SAGE Publication, Inc.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer behavior(4th ed.).*Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior(7th ed.).* Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Tanneja, N. K. (2004). *Simpli-flying: Optimizing the airline business model.* Hants: Ashgate.

Thai Airways International Plc. (2007). Retrieved September 18, 2007 from http://www.thaiairways.com/rop

Wilkie, W. L. (1986). *Consumer behavior.* New York: John Wiley & Sons.

ประภัทรพงศ์ ฐิติสุรวัฒน์. (2542). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรายการส่งเสริมการขายของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) (The study of consumers' satisfaction on sales promotion of Thai Airways International Public Company Ltd.) วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, คณะบริหารธุรกิจ.

พรเสน่ห์ ทิพย์บุรี. (2545). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส (Satisfaction of members towards Royal Orchid Plus frequent flyer program). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะคหกรรมศาสตร์

วันทนีย์ ศิริสุข. (2539). ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) (Effectiveness of the Royal Orchid Plus public relations program Thai Airways International Public Company Limited). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.